

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Dalam mencapai tujuan yang diinginkan yaitu memberikan solusi yang efektif bagi klien, terdapat alur koordinasi yang tertata secara terstruktur di TxT Creative. Berikut struktur kedudukan dan koordinasi sebagai *digital content intern* dalam memproduksi konten digital di TxT Creative.

1. Kedudukan

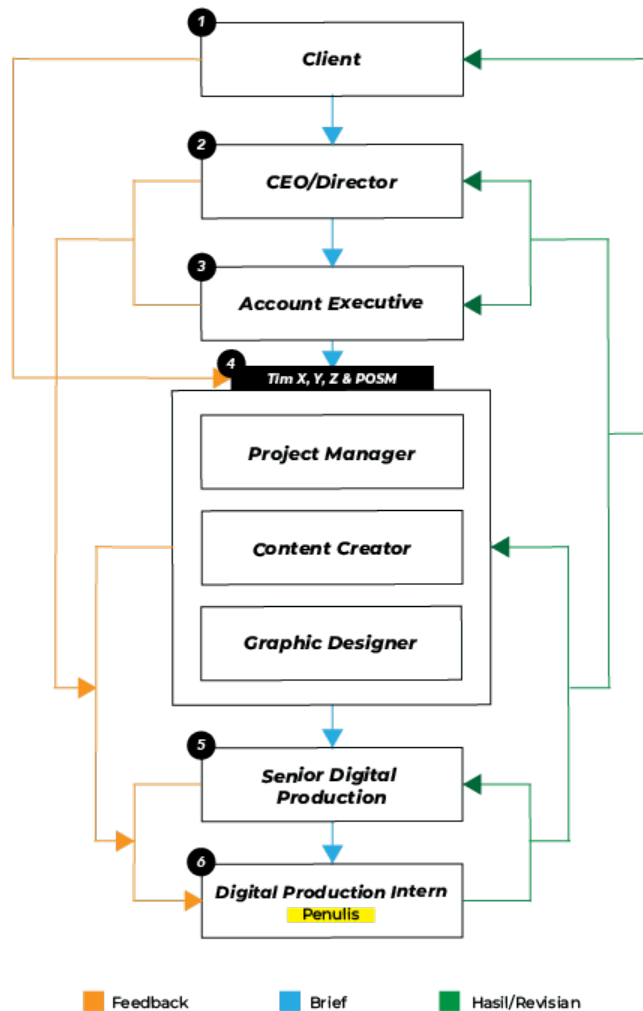
Saat melakukan kerja magang, penulis masuk ke bagian posisi *Digital Content Intern*. Pada satu bulan setengah pertama, penulis ditempatkan di tim produksi foto, video & *motion graphic* (*Digital Production Intern*) serta membantu desain jika diperlukan. Sebaliknya, disatu bulan setengah terakhir, penulis ditempatkan di tim digital yaitu tim “Y” sebagai *Graphic Designer Intern* yang bekerjasama dengan *Content Creator*, *Admin* serta dikepalai oleh *Project Manager*. Penulis juga membantu tim produksi foto, video & *motion graphic* jika diperlukan. Penulis bersama tim Y memegang proyek 5 *brand*, dimana setiap *brand* dikerjakan secara bersama-sama.

2. Koordinasi

Koordinasi dalam TxT Creative pertama diawali ketika klien berminat untuk menggunakan layanan jasa yang disediakan oleh perusahaan. *Chief Executive Officer* sekaligus *Director* akan bertugas berhubungan langsung pertama kali dengan klien tersebut. Selanjutnya setelah melewati diskusi dan negosiasi antara klien dan *Chief Executive Officer*, klien akan diserahkan kepada *Account Executive*. *Account Executive* bertugas membantu memenuhi hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan klien yang telah didiskusikan bersama *Chief Executive Officer* sebelumnya. Setelah itu, *Account Executive* akan menjelaskan atau melakukan *briefing* terkait kebutuhan klien kepada tim yang bersangkutan. Dimana TxT Creative memiliki 3 tim digital yang di dalamnya terdapat *project manager*, *content creator* dan *graphic designer*. Setiap tim juga memiliki

tanggung jawab untuk memegang 4-5 brand yang berbeda beda. *Project Manager* setiap tim akan menerima *brief* dari *Account Executive*, lalu setelah itu melanjutkan *briefing* tersebut kepada anggota tim serta bertanggung jawab dan memantau setiap *Project* yang dipegang oleh timnya. Selanjutnya, *Content Creator* bertugas membuat setiap konten dan *copywriting* yang telah *briefing* oleh *Project Manager* dan digabungkan menjadi sebuah *deck*. *Graphic Designer* pun juga diperbolehkan untuk membantu menyumbangkan konten yang menarik. Setelah konten dibuat, *Graphic Designer* akan menerima *deck* konten tersebut untuk dibuat menjadi sebuah visual. Namun, ketika tim yang dikepalai oleh *Project Manager* membutuhkan produksi konten berupa foto, video & keperluan *motion graphic*. Tim tersebut dapat berhubungan langsung dengan tim *Digital Production*.

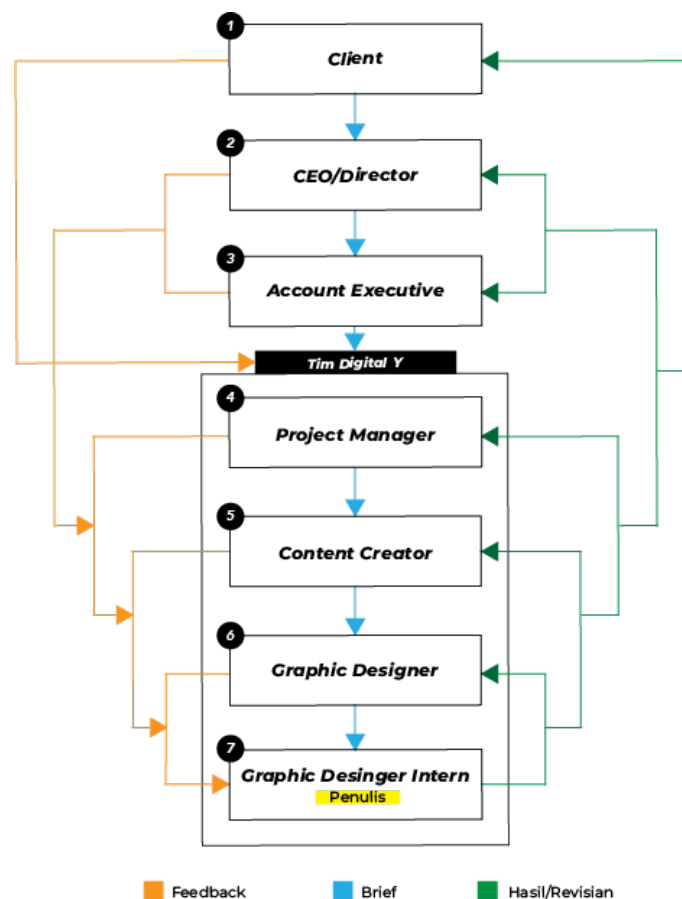
Pada satu bulan setengah awal, penulis berada di posisi *Digital Production Intern*. Dimana koordinasi tugas yang didapatkan berasal dari 3 tim digital dan 1 tim POSM yang masing-masingnya memiliki *Project Manager*, *Content Creator* dan *Graphic Designer*. Setiap tim digital yang membutuhkan produksi konten foto, video & *motion graphic* akan berkomunikasi langsung dengan *Senior Digital Production*. Setelah itu, *Senior Digital Production* akan membagi tugas-tugasnya kepada anggotanya dan penulis sebagai anak *intern* tersebut. Hasil yang telah dibuat oleh penulis akan diserahkan langsung kepada *Senior Digital Production* untuk melewati proses asistensi. Jika ada yang kurang, maka akan diberikan *feedback* dan jika sudah disetujui, maka akan diberikan langsung kepada tim digital yang bersangkutan. Setelah itu, akan menunggu asistensi dari tim tersebut. Lalu, jika sudah lolos akan diberikan kepada *Chief Executive Officer & Account Executive*. Jika keduanya sudah menyetujui, baru setiap tim digital yang bersangkutan akan memberikannya kepada klien untuk melewati proses asistensi terakhir. Namun, jika dari klien ada memberikan *feedback*, maka akan langsung berhubungan dengan tim tersebut. Lalu tim tersebut akan menghubungi tim *Digital Production* untuk menyampaikan revisi dari klien.



Gambar 3.1. Alur Koordinasi *Digital Production Intern*
(Dokumentasi resmi milik perusahaan)

Pada satu bulan setengah terakhir, penulis ditempatkan pada posisi *Graphic Designer Intern*. Koordinasinya secara garis besar telah dijabarkan pada paragraf awal. Dimana tim digital akan membuat konten serta hal-hal yang dibutuhkan oleh klien. Sebagai seorang *Graphic Designer Intern*, penulis mendapatkan koordinasi tugas oleh *full time Graphic Designer* pada tim tersebut. *Full time Graphic Designer* menentukan tugas apa yang harus dikerjakan dan menjelaskan secara kasar visual yang diminati klien. Setelah, penulis membuat desain visual. Penulis memberikan hasil tersebut kepada *full time Graphic Designer* untuk melewati asistesi. Jika kurang sesuai dengan yang

diinginkan maka akan diberikan *feedback*. Selanjutnya ketika sudah disetujui, desain akan diberikan kepada *Content Creator* untuk dicheck serta dimasukan ke *deck*. Biasanya *Content Creator* akan lebih melakukan pengecekan pada bagian *copywriting*. Setelah disetujui dan dimasukan ke dalam *deck*. *Deck* akan diberikan kepada *Project Manager* untuk melakukan proses asistensi lagi. Selanjutnya akan diberikan kepada *Chief Executive Officer & Account Executive* untuk menyesuaikan dan memastikan dengan kebutuhan serta keinginan klien. Lalu ketika asistensi internal sudah setuju, maka *deck* tersebut akan dipreview ke klien untuk mendapatkan *approval* maupun *feedback* sebelum naik ke sosial media. Berikut merupakan skema bagan koordinasi saat penulis berada di posisi *Graphic Designer Intern* di TxT Creative.



Gambar 3.2. Alur Koordinasi *Graphic Designer Intern*
(Dokumentasi resmi miliki perusahaan)

TxT Creative memiliki klien yang telah loyal selama bertahun-tahun, terkhususnya grup Mayora yang telah mempercayakan manajemen media sosial setiap *brand* yang dimilikinya, dipegang oleh TxT Creative. Biasanya klien seperti grup mayora tersebut hanya tinggal melakukan brief secara garis besar terkait kebutuhan yang diinginkannya, lalu tim yang bersangkutan akan membuat *creative idea*. Terlepas dari jobdesk masing-masing, setiap anggota tim punya hak untuk menyampaikan atau menyumbang ide-ide kreatif tersebut. Sebelum diberikan kepada klien, *creative idea* tersebut pun akan juga dibawa rapat atau dibahas dengan CEO TxT Creative untuk mendapatkan *insight* terkait ide yang telah dibuat. Beliau juga memberikan masukan-masukan seperti *do* atau *don't do*. Hal tersebut bertujuan untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan atau bersifat mengantisipasi. Setelah mendapat masukan dari CEO, tim yang bersangkutan akan melakukan revisi untuk menyempurnakan ide kreatifnya lagi. Setelah itu, baru diberikanlah kepada klien untuk menerima *feedback* dari sisi klien. Sistem kerja tersebut akan terus berlangsung hingga klien akan memutuskan *partnership* dengan TxT Creative atau tidak menggunakan layanan jasa kantor tersebut lagi.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Saat menjalani proses kerja magang di TxT Creative, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan beberapa proyek yang sedang dijalankan maupun akan dijalankan kedepannya. Berikut tabel rincian beberapa proyek yang dikerjakan oleh penulis selama kerja magang di TxT Creative.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

Minggu	Proyek	Keterangan
Minggu 1 (15 Februari – 19 Februari 2021)	Kopiko78	<i>Teaser</i> video format Instagram <i>story</i> <i>Swipe up</i> video format Instagram <i>story</i>
	Beng-beng	<i>Editing</i> 1 min video Tiktok
	Charm	<i>Motion Graphic feed</i> (2 post)
	Slai Olai	<i>Editing</i> 1 min video Mystery Slai Olai

	TxT Creative	Desain Instagram <i>feeds</i> (3 Post)
	Torabiko Cappucino	Produksi konten (<i>stop motion</i> , video)
	Joayo	<i>Editing</i> 1 min video
Minggu 2 (22 Februari - 26 Februari 2021)	Slai Olai	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i> <i>Online editing</i> video
	Energen	<i>Online editing</i> video
	Ben Star	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i>
	Charm	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i>
	Torabiko Cappucino	Produksi konten (foto, video, <i>stopmotion</i>) <i>Retouching</i> foto GIF Instagram <i>feed</i> (<i>stopmotion</i>)
Minggu 3 (28 Februari – 5 Maret 2021)	Slai Olai	<i>Motion graphic</i> Slai Olai Instagram <i>story</i>
	Joayo	<i>Online editing</i> video
	Sutra	<i>Motion graphic</i> stilo
	Kecap Sedaap	Desain <i>key visual</i> (2 <i>Key visual</i> (Xtrasedaap, Rantang Ramadhan)
	Charm	GIF <i>sticker</i> Instagram (6 <i>Sticker</i>)
Minggu 4 (8 Maret – 12 Maret 2021)	Cem-Cem	Foto produk
	Charm	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>Feed</i> <i>Motion graphic</i> Instagram <i>Story</i> <i>Final</i> GIF <i>Sticker</i> Instagram (6 <i>Sticker</i>)
	Slai Olai	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>Feed</i> <i>Motion graphic</i> Instagram <i>Story</i>
	Mamy Poko	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i>
	Le Minerale	<i>Motion graphic</i> Youtube <i>ads</i> <i>Online editing</i> video
	Roma Sari Gandum	Desain Instagram <i>feed</i> (2 <i>post</i>)
	Joayo	Desain Instagram <i>feed</i>

		<i>Online editing video</i>
	Silcot	<i>Motion graphic Instagram feed</i>
Minggu 5 (15 Maret – 19 Maret 2021)	Slai Olai	<i>Online editing video</i> <i>Motion graphic Tiktok (2 post)</i> <i>Motion graphic Instagram story</i>
	Torabika Capuccino	<i>Motion graphic Instagram feed (2 post)</i> <i>Motion graphic Instagram post (2 post)</i> Desain Instagram Story (2 post) Foto model (Referensi untuk Baim & Paula)
	Charm	<i>Motion graphic Instagram feed (3 Post)</i> <i>Motion graphic Instagram Story (1 post)</i>
	Ben Star	<i>Motion graphic Instagram feed</i>
	Joayo	<i>Motion graphic Instagram feed</i>
Minggu 6 (22 Maret – 26 Maret 2021)	Slai Olai	Desain Instagram Feed (5 Post) <i>Motion graphic desain Instagram feed</i> <i>Motion graphic Tiktok</i> <i>Motion graphic hadiah pemenang week 7</i>
	Supreme	Syuting & produksi video <i>interview</i> “What She Says” untuk Instagram TV <i>Offline Editing video interview “What She Says”</i>
	Joayo	<i>Motion graphic Instagram feed</i>
Minggu 7 (29 Maret – 1 April 2021)	Slai Olai	Desain <i>greetings</i> Instagram story (Paskah & Jumat Agung) Desain Instagram Feed <i>Motion graphic Instagram feed & story</i> pemenang hadiah mingguan <i>week 6</i> (masing-masing 3 post) <i>Motion graphic hadiah pemenang week 7</i>

	Kopiko78	Desain <i>greetings</i> Instagram <i>story</i> (Paskah & Jumat Agung)
	Charm Nap	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i>
	Sutra	Desain Instagram <i>feed</i> (3 Post)
	Supreme	Syuting & produksi video <i>interview</i> “ <i>What She Says</i> ” untuk Instagram TV Desain Instagram <i>feed</i> (2 <i>post</i>) Desain <i>motion graphic</i> Instagram <i>Feed</i>
	Fiesta	Syuting & produksi video april mop (Rasa Indomie dll)
	Torabika Capuccino	Membuat konsep foto produk Torabika Capuccino
Minggu 8 (5 April – 9 April 2021)	Slai Olai	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i> & <i>story</i> pemenang hadiah mingguan <i>week 7</i> (masing-masing 4 <i>post</i>) Desain <i>motion graphic</i> Instagram <i>ads</i> <i>Online editing</i> kompilasi video <i>ads</i> (format Instagram <i>feed</i> , <i>story</i> & <i>tiktok</i>) Desain Instagram <i>feed</i> & <i>story</i> Desain <i>greetings</i> Instagram <i>story</i> (Selamat puasa) <i>Motion graphic</i> hadiah pemenang <i>week 8</i>
	Sutra	Revisi desain Instagram <i>feed</i>
	Supreme	Revisi desain Instagram <i>feed</i>
	Kopiko78	Desain <i>greetings</i> Instagram <i>story</i> (Selamat puasa)
Minggu 9 (12 April – 16 April 2021)	Slai Olai	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i> & <i>story</i> pemenang hadiah mingguan <i>week 8</i> Desain <i>greetings</i> Instagram <i>Story</i> (Kartini)

		<i>Motion Graphic</i> hadiah pemenang week 9
	Kopiko78	Desain Instagram <i>story</i> April (9 Post) Desain <i>greetings</i> Instagram <i>story</i> (Kartini) Desain Instagram <i>feed carousel</i> (5 slide)
	Sutra	Revisi desain Instagram <i>feed</i>
Minggu 10 (19 April – 23 April 2021)	Slai Olai	Desain <i>greetings</i> Instagram Story (Idul Fitri, Idul Adha, Kenaikan Yesus, Waisak, Pancasila) <i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed & story</i> pemenang hadiah mingguan week 9 (masing-masing 2 post) Desain <i>greetings</i> Instagram <i>story</i> (Kartini) <i>Motion Graphic</i> hadiah pemenang week 10 Desain Instagram <i>feed</i> (2 post) & <i>Motion graphic</i> (1 Post) Mei week 11
	Kopiko78	Desain <i>greetings</i> Instagram <i>story</i> (Idul Fitri, Idul Adha, Kenaikan Yesus, Waisak, Pancasila) Desain <i>motion graphic key visual</i> Kopiko78 Ramadhan Instagram <i>feed & story</i>
	Torabika Creamy Latte	<i>Motion Graphic</i> Instagram <i>feed</i>
	Sutra	Revisi desain Instagram <i>feed</i>
	Slai Olai	<i>Motion Graphic</i> Instagram <i>feed & story</i> pemenang hadiah mingguan week 9
Minggu 11	Slai Olai	<i>Motion Graphic</i> Instagram <i>feed & story</i> pemenang hadiah mingguan week 9

(26 April – 30 April 2021)		(masing-masing 2 post) Desain <i>greetings</i> Instagram story (Kartini) <i>Motion graphic</i> hadiah pemenang week 10 Desain Instagram <i>feed</i> week 2,3 & 4 bulan Mei (9 Post)
	Kopiko78	Desain Instagram <i>key visual</i> Kopiko78 Ramadhan (diperpanjang) Desain Instagram Story Kopiko78 Ramadhan
	Cem-cem	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>Feed</i>
	Torabika Cream Latte	Revisi <i>motion graphic</i> Instagram <i>Feed</i>
	Energen	<i>Online editing video</i>
	Supreme	Desain Instagram bulan Mei week 1,2 dan 3 (9 Post)
	Sari Roti	<i>Motion graphic key visual</i>
Minggu 12 (3 Mei – 7 Mei 2021)	Slai Olai	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i> & story pemenang hadiah mingguan week 10 (masing-masing 2 post) Desain <i>greetings</i> Instagram Story (Kartini) <i>Motion Graphic</i> hadiah pemenang week 11
	Roma Sari Gandum	Desain <i>greetings</i> kenaikan Isa Almasih
	Ko piko78	<i>Motion graphic</i> Instagram <i>feed</i> <i>Motion graphic</i> Instagram story pemenang Kopiko78 Ramadhan

		<i>Teaser</i> video podcast (Twitter)
		Full video podcast
	Sari Roti	<i>Shooting</i> Instagram <i>live</i> “Chef Vania”
	Supreme	<i>Editing Video</i> Supreme “ <i>What She Says</i> ” Eps. 3

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama melakukan Praktik kerja magang di TxT Creative, penulis mengerjakan beberapa macam proyek dari membuat desain visual media sosial Slai Olai, melakukan foto produk Silcot x Sociolla dan memproduksi video interview Supreme dengan tema “*What She Says*”. Berikut penjabaran proyek tersebut.

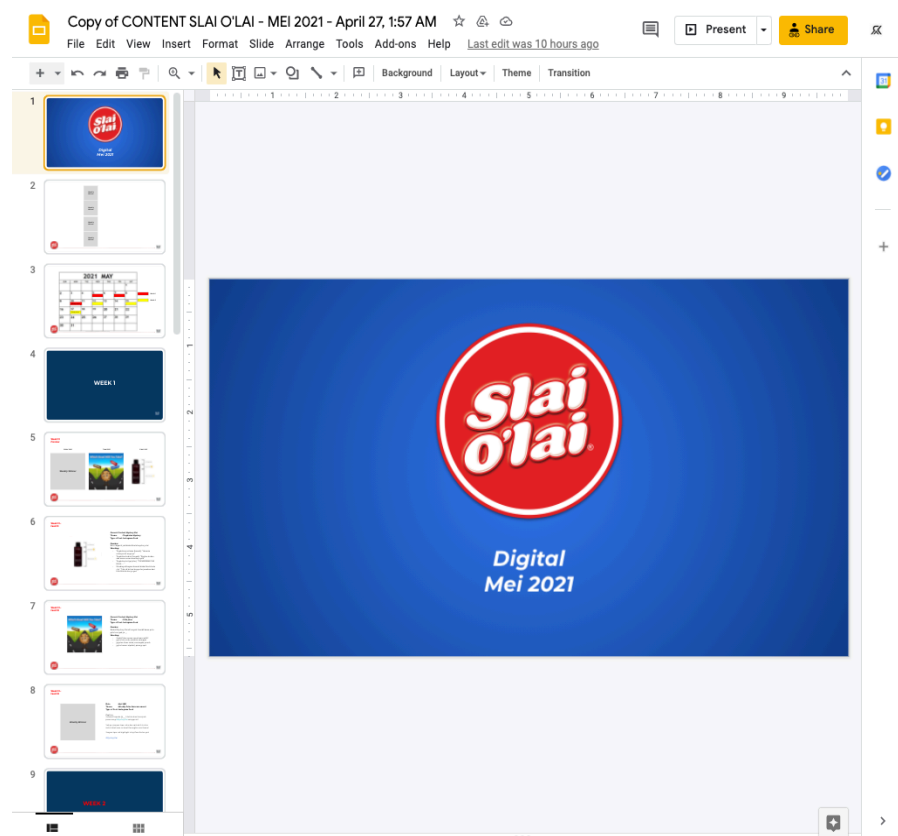
3.3.1. Perancangan Desain Konten Media Sosial Slai Olai

Slai Olai merupakan salah satu produk biskuit dari grup Mayora yang memiliki berbagai macam cita rasa selai dari rasa buah pilihan seperti rasa nanas, *strawberry* dan *blueberry*. Dimana saat penulis melakukan praktik kerja magang, Slai Olai sedang menjalankan kampanye tebak rasa dengan produk bernama “Mystery Slai”. Kampanye tersebut mengajak masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi menebak rasa slai tersebut dan bisa memenangkan berbagai hadiah di setiap minggunya serta *grand prizenya* yaitu mendapatkan 250 juta. Kampanye ini telah berjalan dari Februari 2021 dan akan berakhir pada pertengahan Mei 2021.

3.3.1.1. Social Media Content

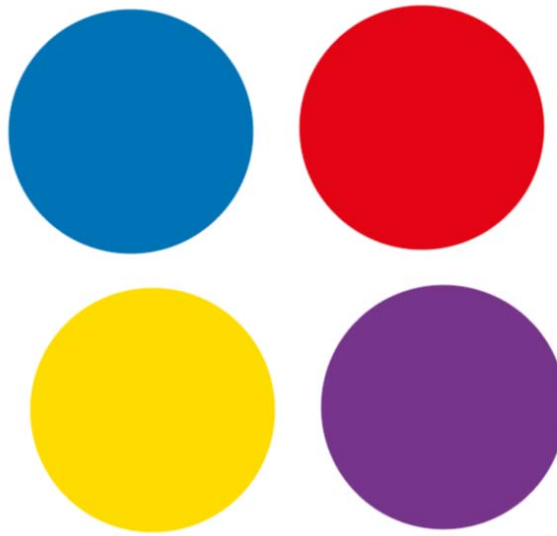
1. Briefing

Dalam membuat desain konten sosial media, pada awalnya penulis menerima *brief* yang diberikan oleh *full time Graphic Designer*. Beliau memberikan *deck* bulan Mei yang setiap halamannya berisi konten, *copywriting*, dan referensi visual yang digunakan *full time graphic designer* maupun penulis sebagai patokan dalam membuat desain. Hasil desain konten yang dibuat penulis akan digunakan pada setiap media sosial Slai Olai seperti Instagram, Twitter & Facebook.



Gambar 3.3. Deck Konten Slai Olai Bulan Mei

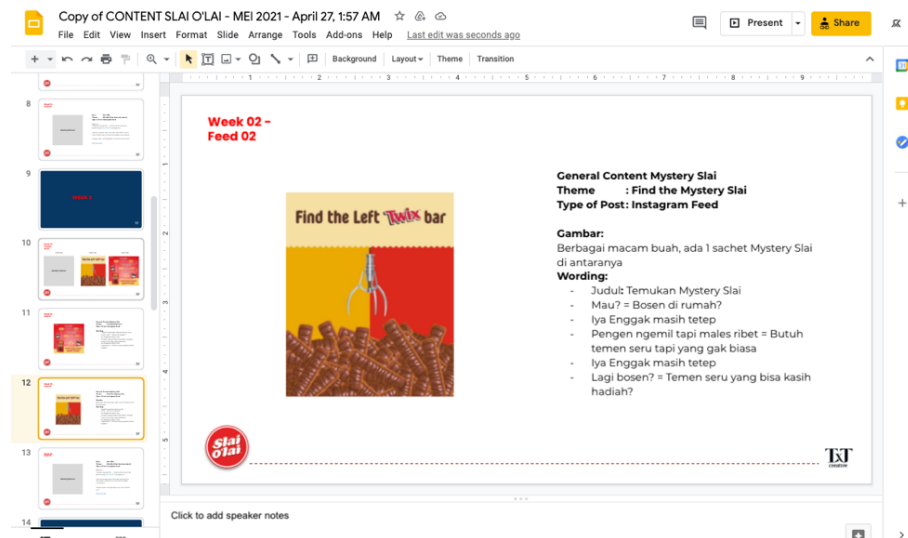
Objectivenya setiap konten bertujuan untuk mengajak *audience* untuk menjawab atau menebak rasa di kolom komen setiap media sosial. Dikarenakan penulis bergabung saat berlangsungnya kampanye Mystery Slai. Penulis tidak ikut serta dalam pembuatan *key visual* kampanye tersebut sehingga ditugaskan untuk menyesuaikan kurang lebih dengan desain yang pernah dibuat sebelumnya. Namun, secara garis besar *full time Graphic Designer* mengatakan bahwa klien Slai Olai menginginkan warna utama desain konten untuk kampanye Mystery Slai adalah putih, asset pelengkap dapat menggunakan *colour pallete brand* tersebut. Selain itu, untuk penggunaan font disarankan untuk mengambil jenis dari Google Font.



Gambar 3.4. Colour Pallete Slai Olai

2. Konsepsi

Dalam tahap konsepsi, penulis tidak membuat sketsa untuk setiap desain konten. Melainkan menggunakan referensi yang diberikan oleh *Content Creator* pada *deck* yang diberikan. Dalam *deck* tersebut telah disediakan rencana visual, *copywriting*, dan *wording* untuk *caption*.



Gambar 3.5. Slide Isi Konten Slai Olai Yang Perlu Dibuat

Selain itu, penulis juga melakukan *learning* terhadap desain yang telah dibuat pada media sosial Slai Olai. Hasilnya, jenis font yang sering digunakan oleh *brand* tersebut yaitu *sans serif* serta penggunaan visual yang fun. Hal tersebut dilakukan penulis untuk menyesuaikan desain yang dibuat nanti agar tetap masih satu kesatuan.



Gambar 3.6. Desain Yang Pernah Dibuat Sebelumnya
(https://www.instagram.com/slaiolai_seru/)

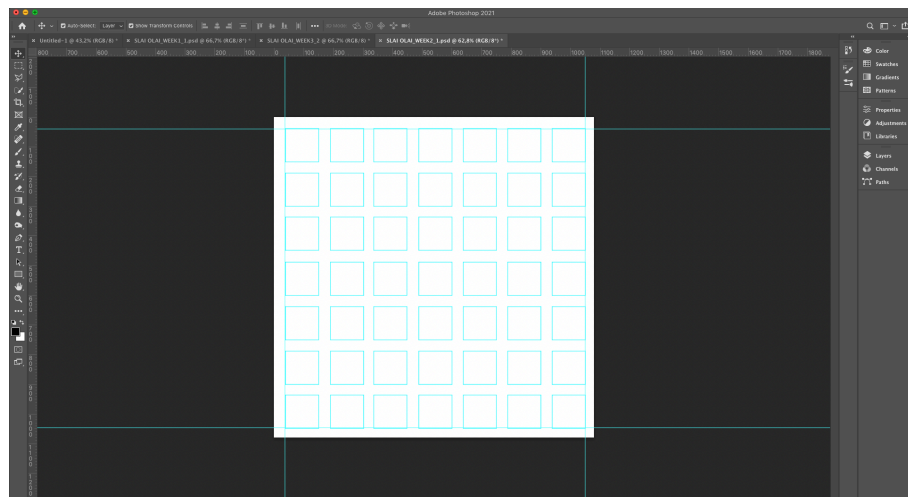
Dari *learning* yang dilakukan, hasilnya desain Slai Olai mayoritas menggunakan jenis *font sans serif* dalam setiap visualnya. Selain itu, setiap *copywriting* di *headline* yang berfungsi menarik perhatian akan diberikan *emphasis* dengan menggunakan ukuran font yang lebih besar atau penggunaan warna yang lebih *vibrant*. *Copywriting* yang minim juga guna untuk memudahkan *followers* menerima informasi. Namun agar *followers* tetap *aware* dengan

kampanye Mystery Slai yang dijalankan, maka pada setiap desain akan terdapat kata Mystery Slai atau bisa diganti menjadi sebuah *pack* produk. Setelah itu, Hasil *Learning* tersebut juga digunakan penulis untuk membuat visual kontennya.



Gambar 3.7. Font Yang Paling Sering Digunakan Dalam Desain
(<https://fonts.google.com/>)

Dalam membuat desain, penulis juga menggunakan *modular grid* sebagai panduan utama untuk melakukan *layout* pada setiap *copywriting* maupun elemen visual. Memudahkan untuk fleksibilitas penyesunan informasi yang disampaikan pada setiap desain.

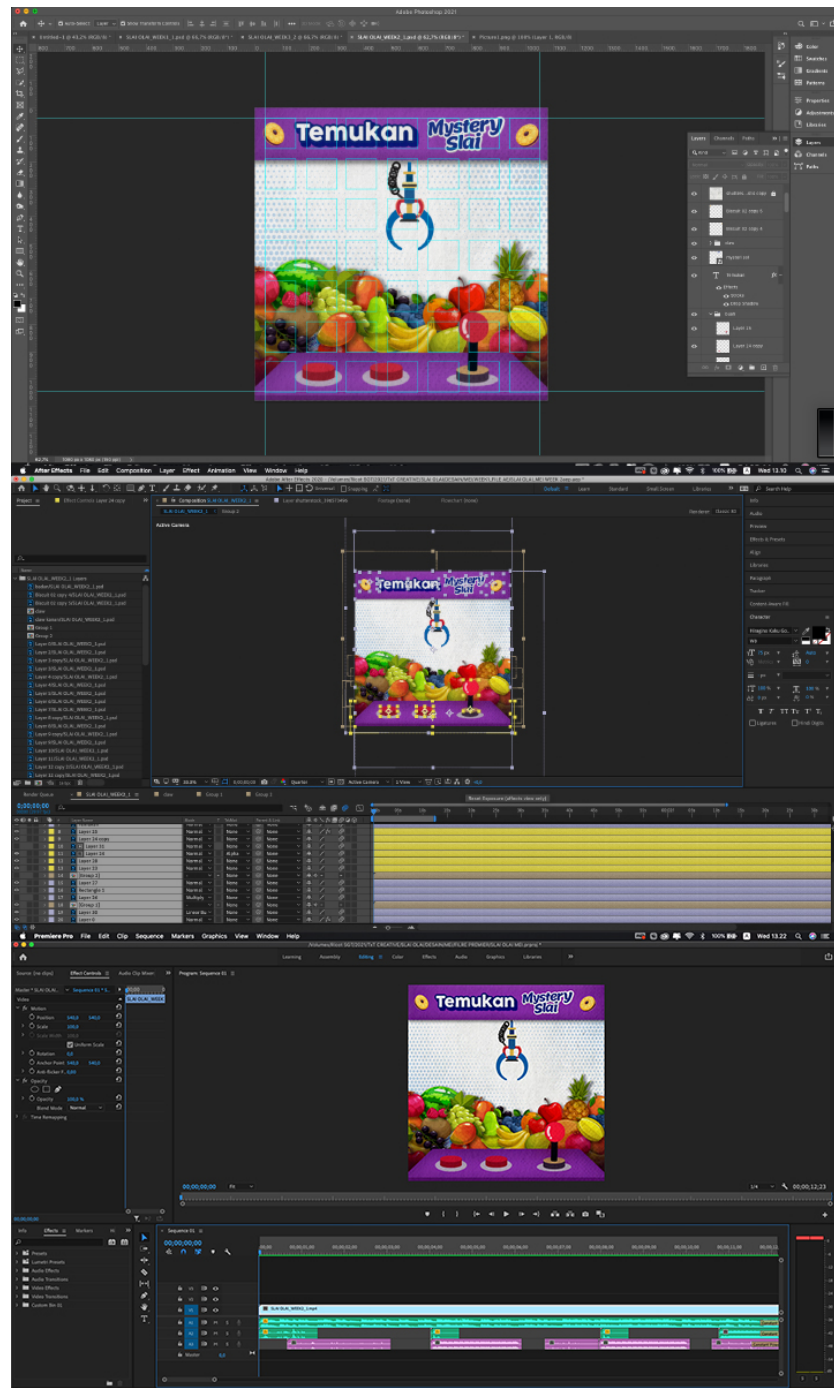


Gambar 3.8. *Modular Grid* Dalam *Arboard* Desain

3. Produksi

Setelah melakukan tahap konsepsi, penulis mengerjakan seluruh desain visual disesuaikan dengan referensi konten masing-masing yang

terdapat di dalam *deck*. Penulis menggunakan aplikasi Adobe Photoshop untuk membuat desain serta menggunakan Adobe After Effect jika diperlukan untuk membuat *motion*. Lalu menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro untuk menambahkan *background* dan *sound effects*.



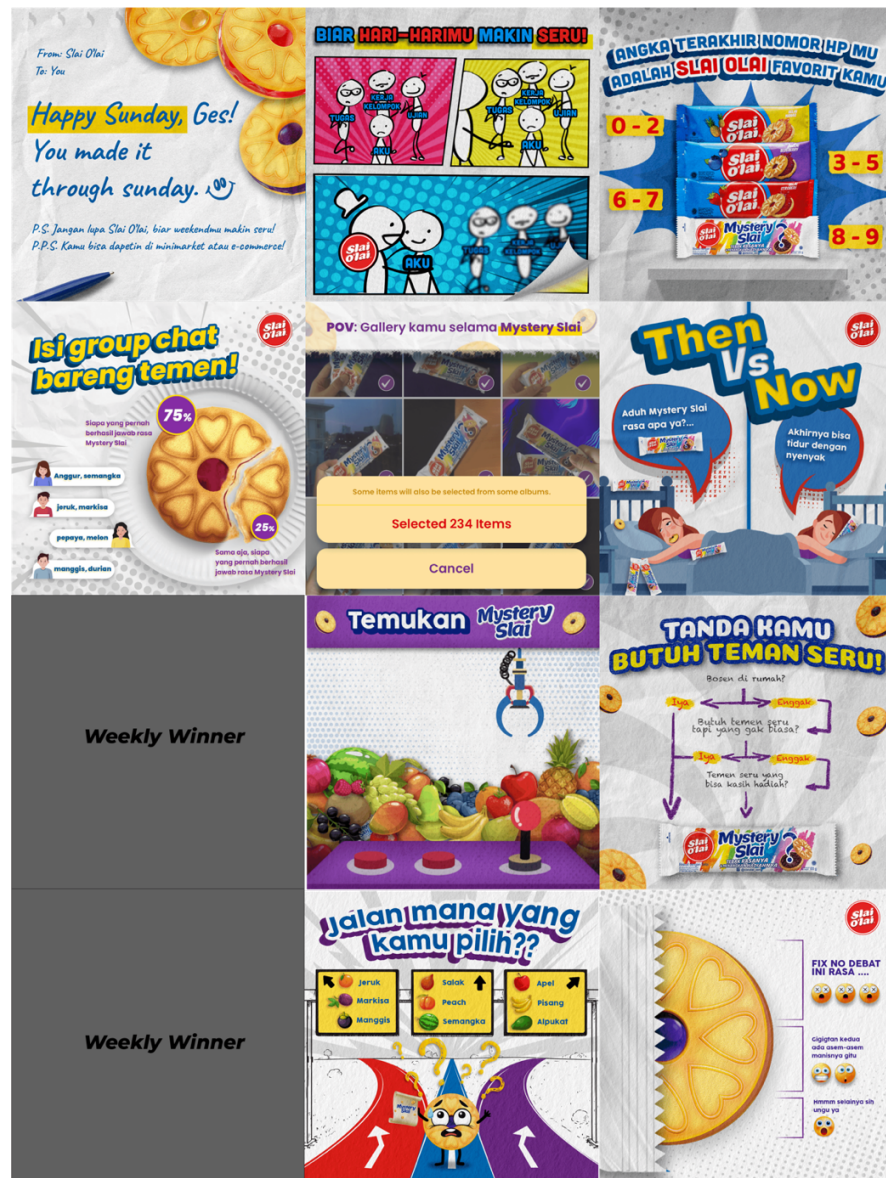
Gambar 3.9. *Workspace Photoshop, After Effect, Premier Pro*

Setelah melewati proses desain, pengeditan *motion* dan penambahan musik menggunakan 3 aplikasi tersebut. Berikut hasil akhir dari desain yang telah dibuat oleh penulis. Hasil akhir desain tersebut dalam bentuk format mp4.



Gambar 3.10. Hasil Desain Yang Dibuat Oleh Penulis

Pada setiap minggunya, terdapat 3 *post* yang akan naik ke media sosial Slai Olai sehingga 1 bulan total akan naik 12 *postingan*. Setiap *post* akan dipublikasikan dengan jeda waktu 1 hari. Berikut hasil desain yang dikerjakan oleh penulis untuk desain konten pada bulan Mei.

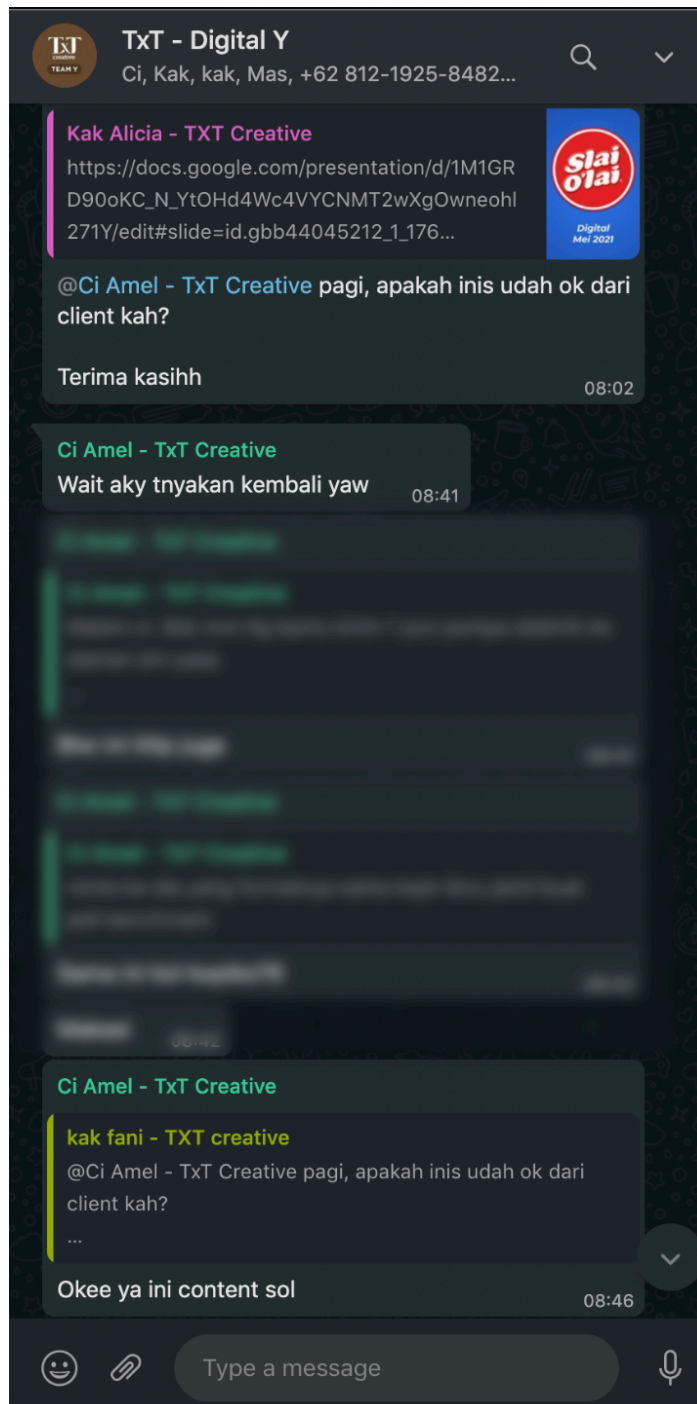


Gambar 3.11. Hasil Desain Keseluruhan Konten Slai Olai Bulan Mei

4. Asistensi

Saat melakukan asistensi, penulis memberikan hasilnya kepada *full time Graphic Designer*. Lalu setelah desain konten yang dibuat telah disetujui, akan diserahkan kepada *Content Creator* untuk pengecekan *copywriting* lagi. Selanjutnya akan digabungkan menjadi satu di *deck* bulanan dan diberikan kepada *project manager* untuk mendapatkan *approval* lagi. Lalu setelah sudah disetujui, maka diberikanlah kepada

klien. Hasil akhirnya klien tidak ada memberikan *feedback*, serta menyetujui pada setiap desain konten yang dibuat pada bulan Mei. Berikut bukti asistensi yang dilakukan penulis melalui *Whatsapp*.

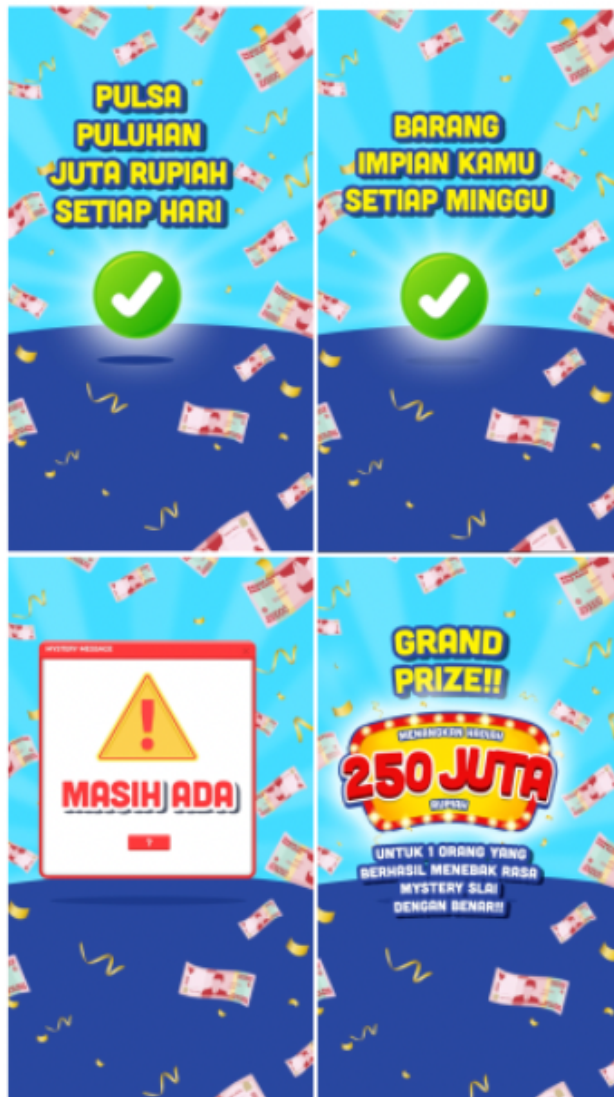


Gambar 3.12. *Screenshot* Asistensi Melalui Via Whatsapp

3.3.1.2. Advertising Post

1. Briefing

Dikarenakan saat pembuatan *advertising post full time Graphic Designer* sedang mengambil cuti. Penulis langsung mendapatkan *brief* oleh *Content Creator* untuk membuat *ads* berupa *motion graphic* dalam format Instagram Feed melalui percakapan langsung. Penulis dijelaskan bahwa *ads* yang dibuat akan digabungkan dengan kompilasi video *unboxing* pemenang mingguan *Slai Olai*. *Content Creator* juga memberikan *copywriting* yang disertakan dalam *motion graphic ads*.



Gambar 3.13. Referensi Yang Pernah Dibuat Oleh Tim Desain

2. Konsepsi

Pada tahap konsepsi, penulis mencari referensi desain melalui Instagram maupun media sosial lainnya. Selain itu, urutan konten dalam video dan *copywriting* yang terdapat dalam *motion* tersebut disesuaikan dengan *brief* yang diberikan oleh *Content Creator* kepada penulis. Berikut referensi yang diambil sebagai contoh desain yang akan dibuat.



Gambar 3.14. Referensi Desain *Motion Graphic Ads*

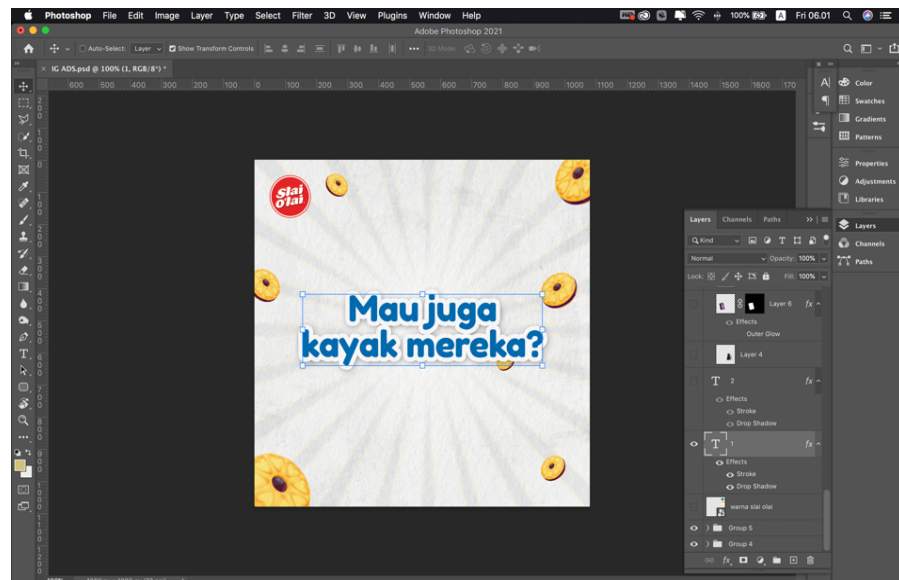
Referensi desain tersebut dipilih penulis karena sesuai dengan *objective* dalam penggunaan *ads* yaitu untuk meningkatkan *submission* dari kampanye Mystery Slai yang sedang dijalankan. Dengan *background* yang minimal serta *copywriting* yang sedikit akan membuat *audience* berfokus pada pesan ajakan mengikut kampanye tersebut. Penggunaan *align center* pada setiap desain *scene motion graphic ads* guna untuk menfokuskan *followers* membaca langsung pesan yang disampaikan. Dengan begitu juga, meminimalisir informasi yang terlewat.



Gambar 3.15. Referensi *Layout Desain Ads*

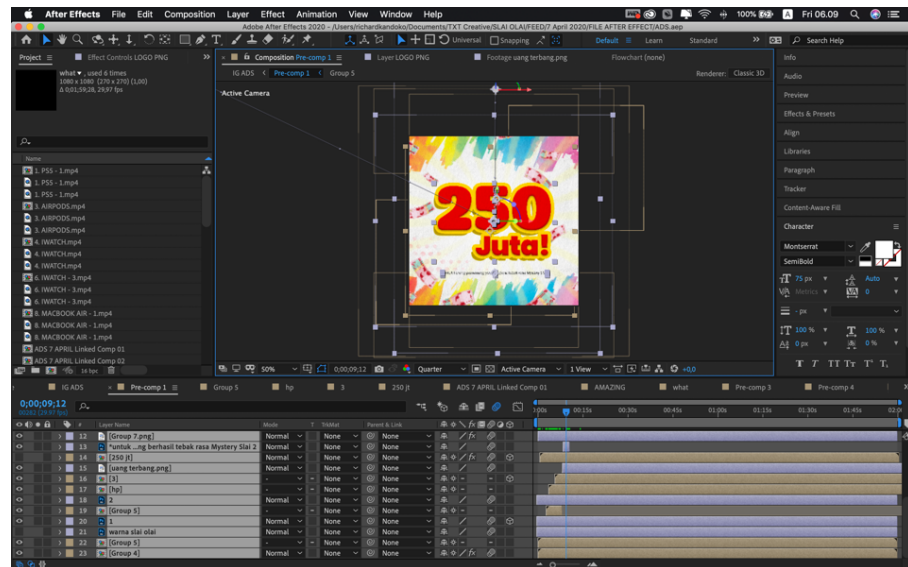
3. Produksi

Pada tahap produksi, penulis membuat desain *ads* terlebih dahulu menggunakan aplikasi Adobe Photoshop. Dalam membuat desain *ads* tersebut, penulis memastikan *copywriting* mempunyai hierarki yang paling utama dibanding elemen grafis lainnya. Desain pun dibuat seminimal dan sebersih mungkin agar fokus kepada *copywritingnya*. Ditambah dengan penggunaan warna yang lebih *vibrant* untuk menimbulkan *emphasis* pada desain tersebut.



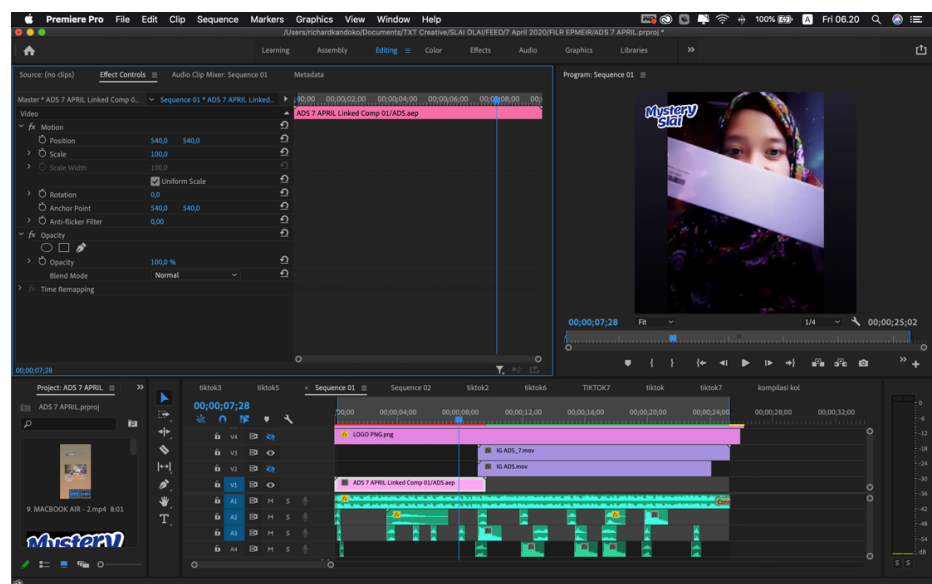
Gambar 3.16. Screenshot Workspace Adobe Photoshop

Setelah desain dibuat, penulis masuk ke tahap menggerakkan grafisnya menggunakan aplikasi Adobe After Effect. Setiap *copywriting*, penulis memberikan jeda kira-kira 3-6 detik agar teks dipastikan terbaca dengan jelas atau tidak terlewat oleh *audience*. Penulis juga memberikan efek getar saat transisi antar teks agar menambah *vibes*, *audience* untuk bersemangat mengikuti *campaign* tebak rasa yang diadakan oleh Slai Olai untuk memenangkan *grand prize* sebesar 250 juta. Penggunaan efek seperti *light sweep*, *wiggle*, *transform* dan *light rays* digunakan juga untuk membuat *video motion* tersebut terlihat lebih menarik.



Gambar 3.17. Screenshot Timeline Adobe After Effect

Selanjutnya setelah grafis digerakin, hasil render video After Effect digabung dengan video *unboxing* pemenang hadiah mingguan Slai Olai menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro. Selain itu penulis juga menambahkan *sound effect* dan *background music* untuk menambah *vibes* kampanye tersebut.



Gambar 3.18. Screenshot Timeline Adobe Premier Pro

4. Asistensi

Hasil *motion graphic ads* yang telah dibuat, diberikan kepada *content creator* untuk dicek kembali. Lalu setelah hasilnya disetujui, akan diserahkan kepada tim *ads* untuk dilakukan asistensi lagi terkait desain yang akan dipakai untuk pengiklanan di media sosial. Penulis mendapat masukan secara percakapan langsung untuk memberikan *pop up text* pada bagian kompilasi video *unboxing* hadiah oleh *follower* agar lebih terlihat menarik pada video tersebut. Selain itu penulis juga, mendapat masukan tidak menganimasikan logo Instagram dalam video tersebut karena dapat melanggar *brand guidelines* Instagram.



Gambar 3.19. Hasil Revisi Yang Dilakukan

Setelah melakukan revisi, penulis melakukan pemeriksaan *detail* lagi terhadap setiap desain dan motion yang dibuat. Tujuannya untuk memastikan agar setiap konten memiliki durasi yang cukup untuk dibaca oleh *followers* sehingga meminimalisir *miss* informasi. Penulis juga melakukan pengecekan *backsound* dan *sound effect* yang digunakan agar suaranya tidak pecah atau *balancing*. Berikut potongan gambar hasil akhir dari *motion graphic ads* yang dibuat oleh penulis.



Gambar 3.20. Preview Hasil Akhir Motion Graphic Ads

Setelah *motion graphic ads* telah mendapatkan persetujuan dan perapian *final*. Penulis ditugaskan untuk melakukan turunan *motion graphic ads* tersebut menjadi ukuran instagram story dan Tiktok. Dalam membuat turunan, penulis menyesuaikan lagi dengan *grid* ukuran *story* dan ukuran Tiktok agar tidak tertutup dengan *icon* setiap aplikasi. Berikut hasil akhir perancangan *motion graphic ads* Slai Olai dengan menggunakan berbagai format ukuran.

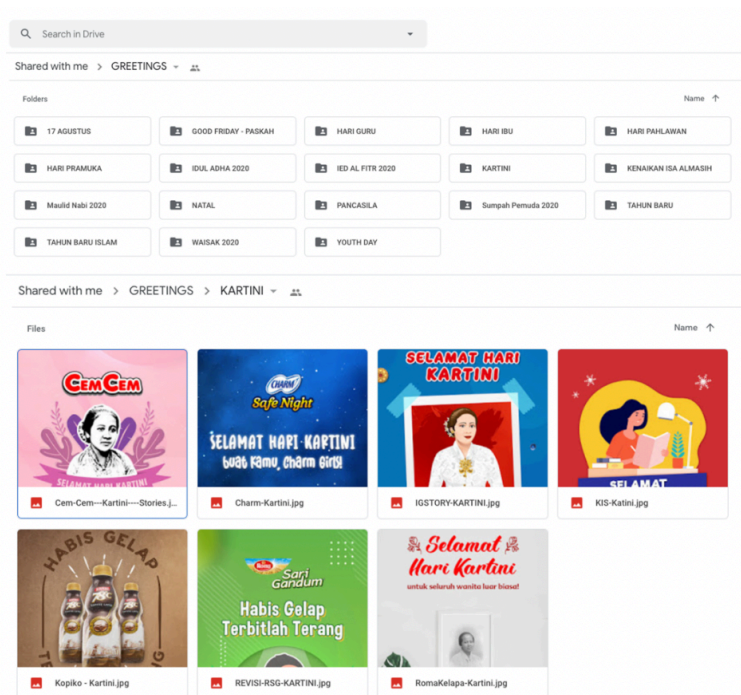


Gambar 3.21. Motion Graphic Ads Slai Olai Dalam 3 Format

3.3.1.3. Greetings Post

1. Briefing

Penulis menerima *brief* awal untuk mendesain *greetings* oleh *full time Graphic Designer*. Dengan format pembuatan ukuran Instagram Story. *Full time Graphic Designer* memberikan link Google Drive desain *greetings* tahun lalu yang bisa dipakai sebagai referensi. Desain yang dibuat masih sesuai dengan desain visual sosial media.



Gambar 3.22. Google Drive Greetings Tahun Sebelumnya

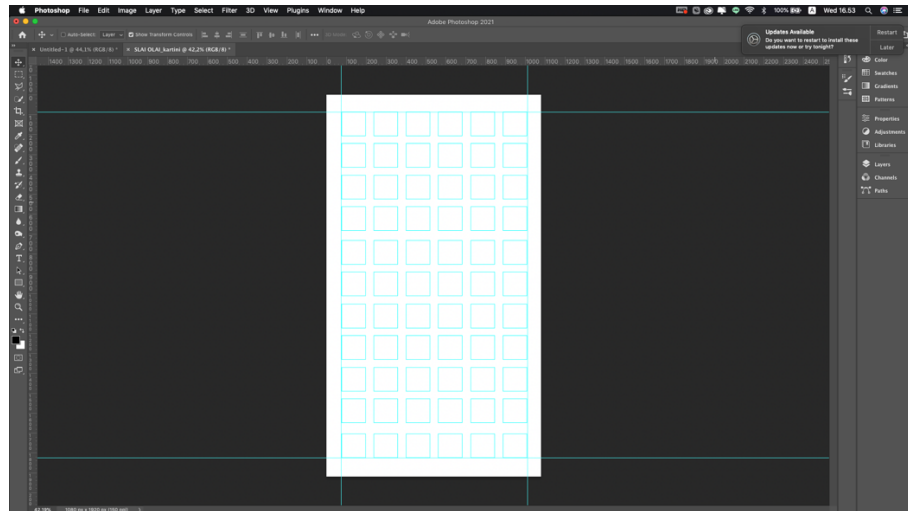
2. Konsep

Pada tahap konsepsi, penulis melakukan *learning* terhadap desain media sosial Slai Olai dan desain *greetings* yang pernah dibuat pada tahun sebelumnya. Penulis juga melakukan hal yang sama seperti tahap konsepsi yang telah dijabarkan pada sub bab 3.3.1.1. Hasilnya penulis menemukan gaya desain yang sering digunakan oleh *brand* tersebut yaitu ilustrasi vektor. Setelah itu, penulis mencari referensi setiap desain hari raya nasional dengan menggunakan vektor juga.



Gambar 3.23. Referensi Desain *Greeting Post*

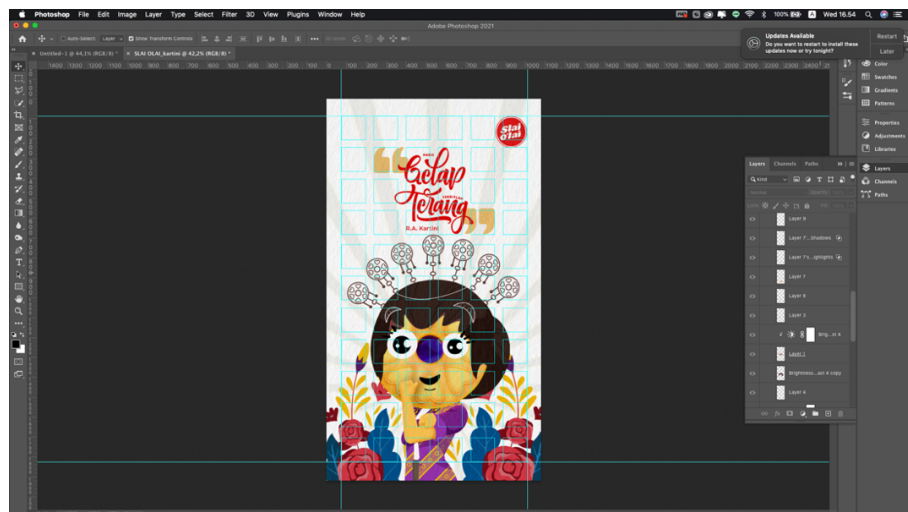
Dalam membuat desain *greetings*, penulis juga menggunakan *modular grid* sebagai panduan melakukan layout *copywriting* serta elemen visual lainnya. Pengalaman dan referensi yang dimiliki penulis juga dibawa ke tahap selanjutnya dalam memproduksi visual.



Gambar 3.24. *Modular Grid Greeting Post*

3. Produksi

Dalam membuat desain *greetings*, Penulis sambil mencari referensi melalui Pinterest serta sosial media lainnya. Penulis menggunakan aplikasi Adobe Photoshop untuk membuat desain visual tersebut. Berikut *screenshot* gambaran pengerjaan desain *greetings* di Photoshop.



Gambar 3.25. *Screenshot Workspace Photoshop*

Penulis bertugas membuat setiap desain hari raya nasional, antara lain Hari Kartini, Kenaikan Yesus, Jumat Agung, Paskah, Ibadah Puasa, Idul Adha, Idul Fitri, Pancasila, dan Waisak. *Headline* atau teks

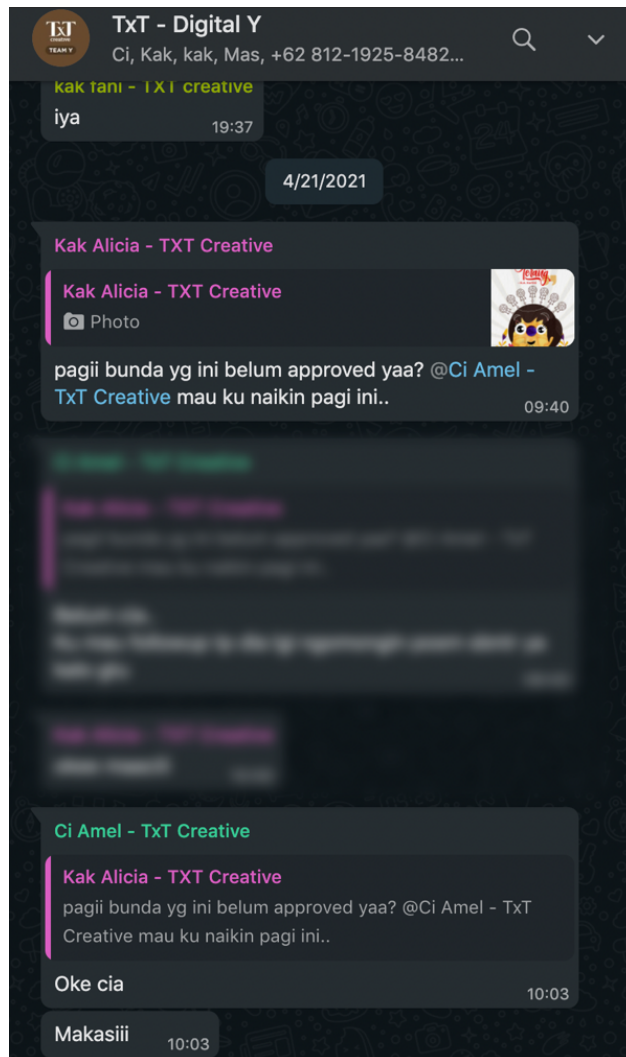
ucapan hari raya menggunakan *align center* agar ucapan langsung bisa menjadi fokus utama. Selain itu karena desain tersebut tidak memiliki banyak konten yang ingin disampaikan selain ucapan hari raya, maka dari itu sangat cocok menggunakan *align* tersebut. Berikut hasil desain *greetings* keseluruhan yang telah dibuat oleh penulis, untuk *brand* Slai Olai selama menjalani praktik kerja magang di TxT Creative.



Gambar 3.26. Hasil Desain Keseluruhan *Greetings Post*

4. Asistensi

Hasil desain greetings yang dibuat akan melewati *full time Graphic Designer* terlebih dahulu. Setelah hasilnya disetujui akan diberikan kepada *Account Executive & Chief Executive Officer*. Lalu setelah disetujui akan diberikan kepada klien untuk mendapatkan *approval* agar bisa naik ke media sosial.



Gambar 3.27. Hasil Asistensi Yang Dilakukan Melalui Whatsapp

3.3.2. Pelaksanaan Foto Produk Silcot x Sociolla

Silcot x Sociolla merupakan produk kolaborasi antara *brand* produk kapas inovatif dengan *e-commerce* yang menjual produk kecantikan. Dimana penulis bersama tim produksi ditugaskan untuk membantu foto produk tersebut. Yang nantinya akan digunakan untuk kebutuhan konten sosial media salah satunya yaitu Instagram.

3.3.2.1. Briefing

Proyek ini diberikan langsung secara mendadak disuatu hari oleh *Project Manager* tim X kepada *Senior Digital Production*. *Senior* mengajak penulis untuk bergabung membantu dan mengerjakan bersama-sama proyeknya.

Senior melakukan *briefing* kepada penulis bahwa *Project Manager* membutuhkan hasil sebuah foto produk yang *simple*, feminim dan minimalis serta *Senior* membutuhkan bantuan untuk mempersiapkan alat serta mencari referensi foto produk yang sesuai.

3.3.2.2. Konsepsi

Dalam membuat foto produk, penulis mencari referensi konsep foto menggunakan aplikasi Pinterest. Sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *senior*, penulis mencari referensi foto produk yang minimalis dan feminim. Hasil referensi yang didapatkan untuk panduan foto produk sebagai berikut.

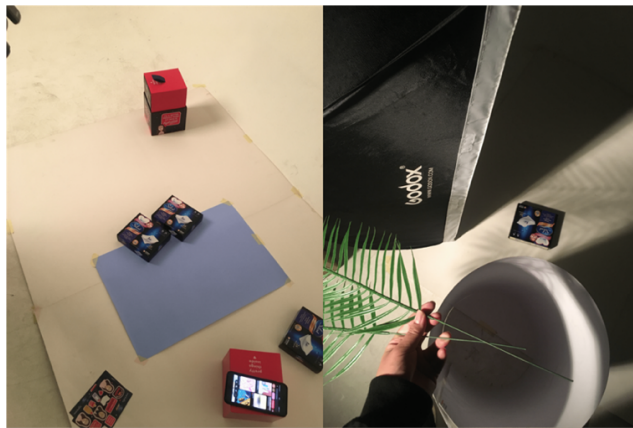


Gambar 3.28. Referensi Foto Produk Silcot x Sociolla

Referensi foto produk banyak memainkan penggunaan *background* berwarna. Maka dari itu, konsep foto produk “Silcot x Sociolla” juga dibuat menggunakan *background* dengan *colour tone* dari *brand* tersebut sehingga masih terlihat *unity*. Selain itu juga dibantu dengan penyusunan produk yang estetik atau rapi agar terlihat lebih menarik.

3.3.2.3. Produksi

Pada tahap produksi, penulis membantu *Senior* untuk mempersiapkan dan mengatur *lighting*. Selain itu, produk juga dicek kembali dan dibersihkan jika terdapat kotoran atau cacat produk. Penulis menyiapkan properti pendukung dan pelengkap yang akan digunakan dalam foto. Setelah itu, penulis menata produk beserta properti pendukungnya dengan batasan produk harus terlihat lebih dominan dibanding properti yang digunakan.



Gambar 3.29. Properti Yang Digunakan Dalam Foto Produk

Produk difoto oleh *Senior* sedangkan penulis membantu memegang *reflector* agar beberapa sisi foto tidak terlihat gelap dan beberapa properti yang mendukung pemotretan produk. Penulis juga diberikan kesempatan untuk bertanggung jawab mencoba mengambil gambar produk.



Gambar 3.30. Foto Penulis Sedang Mengambil Foto Produk

Penulis dan *Senior Digital Production* memotret setidaknya ada 8 *angle* dan *style* yang berbeda beda dengan tujuan sebagai alternatif yang akan dapat digunakan jika diperlukan sewaktu-waktu. Berikut hasil foto produk yang dilakukan oleh penulis dan *Senior*.



Gambar 3.31. Hasil Foto Produk Silcot x Sociolla

3.3.2.4. Asistensi

Setelah memotret, *Senior Digital Production* melakukan asistensi kepada *Project Manager* tim X tersebut. Hasilnya kami mendapat masukan secara percakapan langsung bahwa rata-rata foto produk yang kami lakukan salah, berbeda dengan yang diinginkan. *Project Manager* tersebut menginginkan hal yang ditonjolkan adalah “Silcot x Sociolla”. Namun kami hanya terfokus pada produk Silcotnya saja. Lalu kami melakukan pemotretan

ulang dengan menggunakan konsep yang kurang lebih sama tetapi tidak lupa dengan menonjolkan “Silcot x Sociolla”. Berikut hasil akhir foto-foto produk setelah dilakukan pemotretan ulang.



Gambar 3.32. Hasil Foto Produk *Final* Yang Diingkan

3.3.3. Proses Produksi Video Supreme “*What She Says*”

Supreme “*What She Says*” merupakan konten yang dibuat dalam bentuk video interview dengan 3 model berbeda. Topik pembahasan yang diangkat mengenai pandangan wanita terhadap seorang *gentleman*. Dimana konten tersebut akan dipublikasikan pada media sosial Supreme condom. Tujuannya untuk meningkatkan *followers* dan interaksi pada media sosial tersebut. Proyek ini penulis diproduksi bersama dengan *Senior Digital Production* saat diposisikan sebagai *Intern* dibagian tim produksi.

3.3.3.1. Briefing

Proyek ini diberikan langsung oleh *Project Manager* tim digital Y kepada *Senior Digital Production* agar tim produksi bisa membantu membuat video tersebut. Konsep, konten, serta pertanyaan *interview* telah disiapkan oleh tim tersebut serta model telah disiapkan oleh tim *Key Opinion Leader*. *Project Manager* juga menyertakan referensi video dan tanggal tenggat waktu kebutuhan video tersebut.

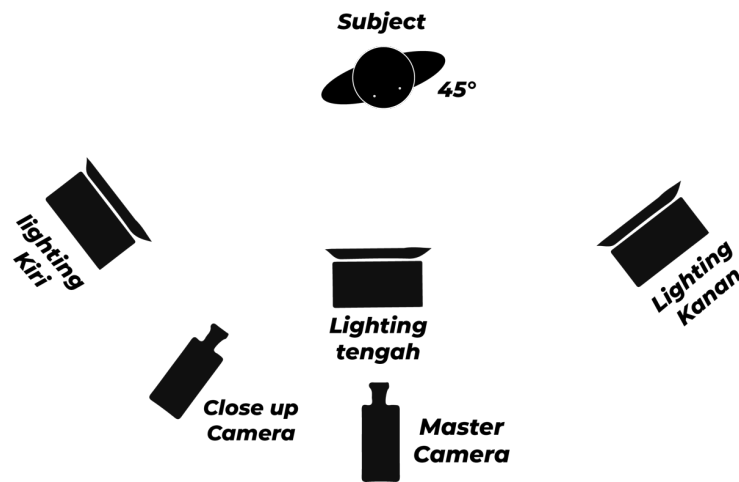


Gambar 3.33. Referensi Pembuatan Video

Setelah *Senior Digital Production* mendapatkan *briefing*, beliau mengajak penulis untuk membantu produksi konten tersebut. Beliau menjelaskan kembali apa yang telah dijelaskan oleh *Project Manager* sebelumnya. *Senior Digital Production* meminta tolong kepada penulis untuk mempersiapkan gambaran *framing* kamera, serta denah penempatan *lighting* agar model terlihat cantik dan elegan.

3.3.3.2. Konsepsi

Setelah mendapatkan *briefing* tersebut, penulis mencari referensi dari internet maupun Youtube sebagai patokan dalam produksi video nantinya. Menggabungkan setiap referensi yang dilihat dari Pinterest dan Youtube dan menciptakan denah penempatan *lighting* serta camera sebagai berikut.



Gambar 3.34. Denah Penempatan Kamera, Lighting dan Subject

Penggunaan 3 *lighting* yang diposisikan didepan model bertujuan untuk mendapatkan *flat lighting* pada seluruh tubuh model sehingga tidak membentuk *shadow* keras di beberapa bagian tubuh lainnya yang dapat membuat *miss focus* saat menonton. Berikut contoh hasil *flat lighting*.



Gambar 3.35. Referensi Pencahayaan Pada Model

Penggunaan 2 kamera bertujuan untuk membantu agar ada variasi *angle* kamera dalam sebuah video dan membuat video akhir tidak terlihat terlalu statis dengan penggunaan *wide shot* saja. Maka dari itu penggunaan kamera tambahan untuk mendapatkan *angle* yang lebih *close up*.



Gambar 3.36. Referensi Angle Kamera Yang Digunakan
(<https://www.youtube.com/watch?v=rLzExYqmLcc&t=47s>)

3.3.3.3. Produksi

Pada saat produksi, penulis membantu mempersiapkan peralatan untuk syuting video tersebut. Dari menyiapkan *tripod*, kamera, LED + *stand*, monitor, kabel, sofa, produk serta properti pendukung dalam *frame* video

lainnya. Penulis beserta *Senior Digital Production* memersiapkannya lebih awal sebelum jadwal jam janji dengan model untuk meminimalisir model menunggu terlalu lama. Peralatan, properti dan *lighting* disesuaikan dengan konsep yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.37. Proses Penggunaan Lighting dan Kamera Sesuai Denah

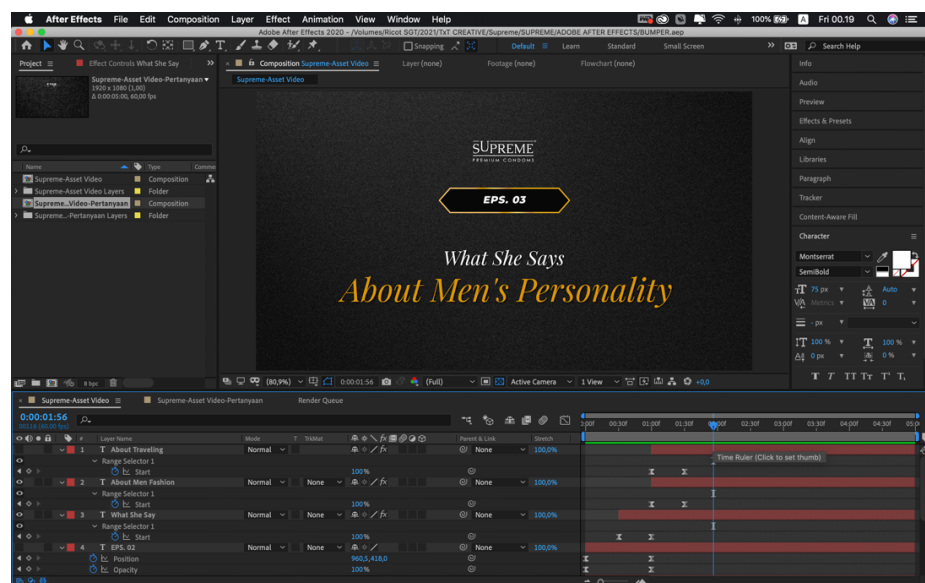
Setelah semua peralatan syuting siap dan model telah siap. Syuting video dimulai dan penulis membantu produksi video sebagai *clapper*. Dimana penggunaan *clapper* pada awal saat pengambilan gambar akan memudahkan editor nantinya dalam memilih *footage* yang bagus.



Gambar 3.38. Penulis Bertugas Sebagai Clapper

Saat melakukan syuting video tersebut, klien juga hadir untuk melihat langsung keadaan syuting tersebut serta memberikan masukan secara langsung terkait jalannya syuting. Setelah syuting selesai, *Senior Digital Content* mengajak penulis untuk membagi tugas pengeditan video tersebut. Beliau memegang tanggung jawab untuk mengedit episode pertama dan kedua, sedangkan penulis mendapatkan tanggung jawab untuk memegang video episode ketiga.

Dalam melakukan pengeditan video tersebut, penulis mengikuti atau menyesuaikan dengan *mood* video yang telah dibuat oleh *senior* pada episode pertama dan kedua. Desain bumper dan desain pertanyaan disediakan oleh *Graphic Designer* tim digital Y lalu digerakan oleh tim produksi termasuk penulis. Berikut gambaran timeline pengeditan *motion* desain bumper dan pertanyaan menggunakan aplikasi Adobe After Effect.



Gambar 3.39. Screenshot Timeline Motion Bumper Di After Effects

Setelah itu, penulis melakukan proses *editing final* atau penggabungan akhir menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro. Penulis menyeleksi pertanyaan *interview* dari yang paling penting hingga yang tidak terlalu penting. Hal tersebut guna untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konten dengan maksimal tidak lebih dari 3 menit.

1. kamu sama keluarga dekat gak? lebih dekat ke siapa?
2. menurut kamu, papa kamu *gentle man* gak?
3. selama ini liat fashion *cowo* apakah patokannya papa mu?
4. fashion sense, menurut kamu papa kamu fashion apa biasa biasa aja?
5. kamu suka tipe cowo yang nongkrong baget atau ke family man?
6. penting gak menurut kamu, punya cowo yang bisa mendekatkan diri ke keluarga kamu?
7. jika disuruh milih, nongkrong *diluar* terus atau ngedate *dirmh* sama km aja?
8. kenapa gak ajak nongkrong sama keluarga?
9. ada cekatan tertentu gak bawa cowo km ke klgamu?
10. bener gak, perempuan itu jauh lebih suka yang sayang sama ibunya?
11. menurut kamu benar gak, cowo gentleman suka sama anak kecil?
12. Ada pengalaman yang menarik untuk dibagikan gak?

Gambar 3.40. Penyeleksian Pertanyaan Interview Agar

Dalam video yang dibuat, penulis menambahkan *subtitle* sesuai dengan *brief* yang diberikan, guna untuk memperjelas setiap kata yang diucapkan oleh model saat *interview*. Selain itu, penulis juga melakukan *colour grading* untuk mempercantik hasil video tersebut dan membuat *skin tone* model lebih *contrast*.

Before colour grading

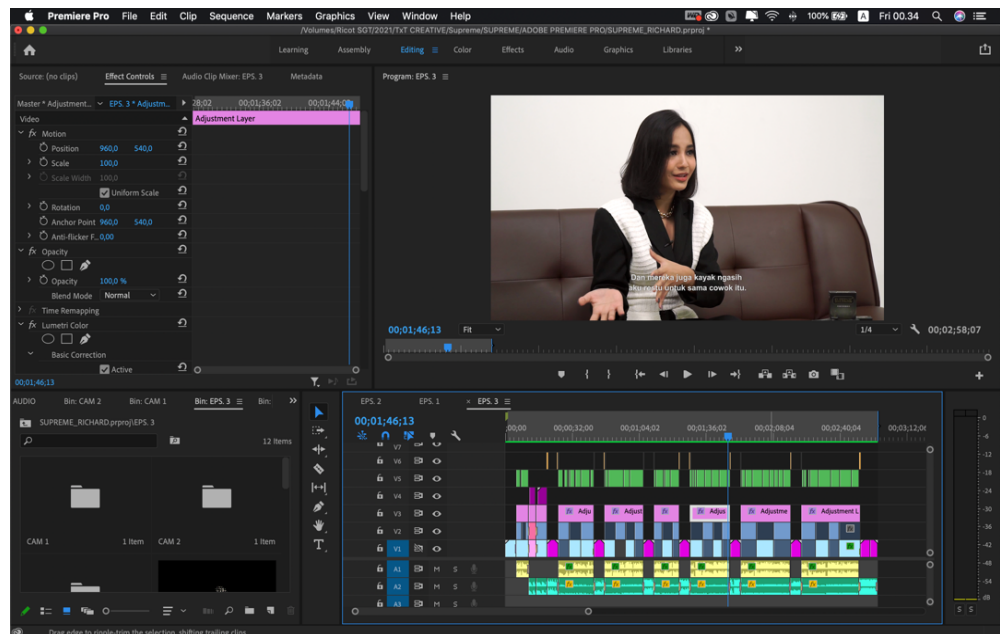


After colour grading



Gambar 3.41. Sebelum Dan Sesudah Proses *Colour Grading*

Setelah melakukan beberapa tahap pengeditan di Adobe Premiere Pro, penulis melakukan *final check* dengan melakukan *review* ulang video yang telah diedit. Berikut merupakan *screenshot timeline* saat melakukan pengeditan video Supreme “*What She Says*”.



Gambar 3.42. *Screenshot Workspace* Pengerjaan video di Adobe Premire Pro

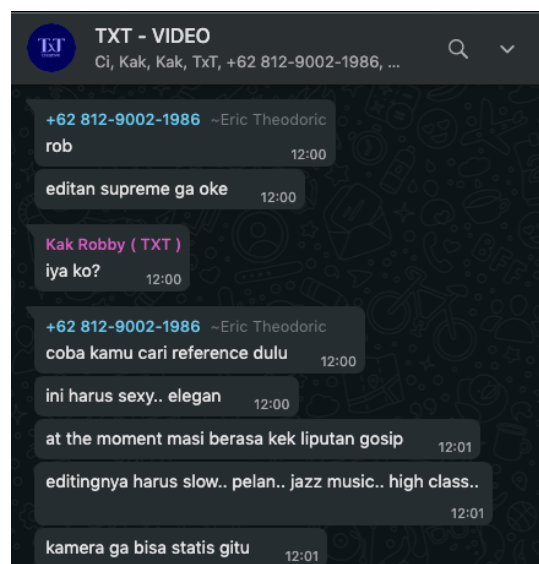
3.3.3.4. Asistensi

Setelah video tersebut selesai di edit oleh penulis, hasil video diberikan kepada *Senior Digital Production* untuk dilakukan proses asistensi. Penulis mendapatkan masukan secara percakapan langsung untuk memperbaiki penggunaan tanda baca pada setiap *subtitle* maupun penggunaan huruf kapital pada awal kalimat, serta mengubah *font* yang digunakan pada desain bumper dan pertanyaan agar sesuai dengan desain *brand* sebelumnya. Selain itu juga, memenggal *subtitle* menjadi paling maksimal 2-3 baris agar tidak terlalu panjang. Setelah menerima masukan, penulis pun segera memperbaiki sesuai masukan yang diberikan oleh beliau.



Gambar 3.43. Hasil Revisi Yang Dilakukan Pada Bagian Subtitle

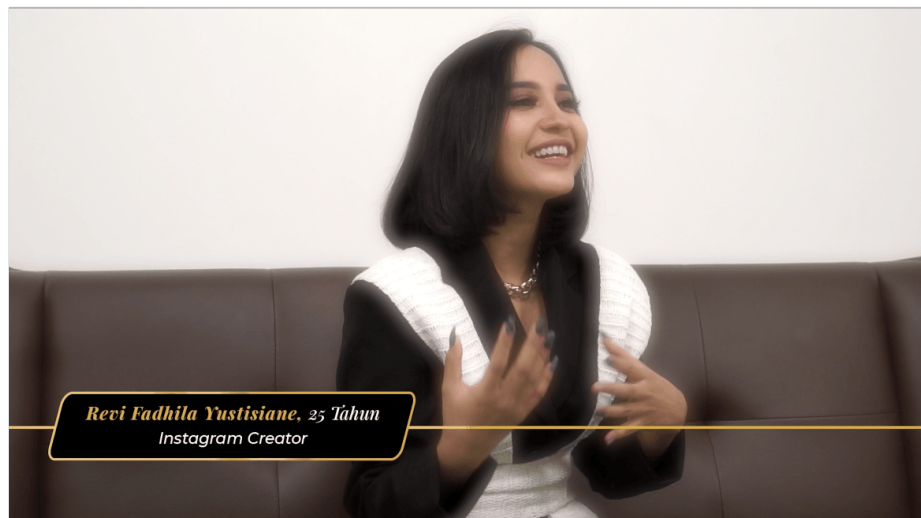
Hasil revisi video diberikan kembali dan *senior* menyatakan hasilnya sudah bagus dan disetujui. Lalu, hasil video tersebut diberikan kepada tim digital bersangkutan, lalu diberikan kepada *Chief Executive Officer* untuk mendapatkan asistensi atasan.



Gambar 3.44. Asistensi Kepada CEO Melalui Whatsapp

Penulis mendapat masukan bahwa video yang di edit kurang *sexy*, sehingga penulis melakukan perbaikan dengan memberikan efek *slow motion*, *blurry* dan penggunaan *light leak* disetiap transisi video untuk mendapatkan *feel sexy* tersebut. Sekaligus melakukan revisi, penulis melakukan pengecekan terhadap *detail* video yang telah jadi.

Blurry



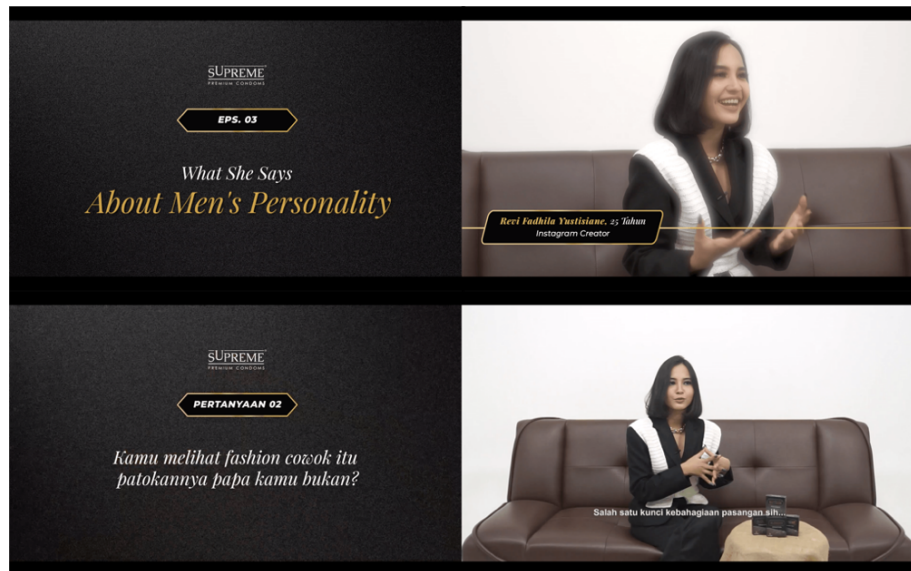
Light Leak



Gambar 3.45. Penambahan Efek Blurry Dan Light Leak Pada Video

Setelah itu hasil revisian diberikan kembali kepada *Chief Executive Officer* dan beliau menyatakan sudah cukup puas dengan hasil yang telah

direvisi. Lalu setelah disetujui, hasil video diberikan ke klien untuk mendapatkan approval akhir sebelum naik ke sosial media. Berikut *screenshot* hasil akhir video Supreme setelah melewati tahap akhir asistensi.



Gambar 3.46. Beberapa *Screenshot Frame* Hasil Video Akhir Setelah Revisi

3.4. Kendala yang Ditemukan pada proses magang

Selama melakukan praktik kerja magang di TxT Creative sebagai *Digital Content Intern*. Penulis menemukan beberapa kendala antara lain, sebagai berikut.

1. Internet atau wifi kantor yang terkadang selalu mati ketika hujan lebat. Hasilnya berpengaruh dalam proses kerja antar penulis dengan pekerja kantor lainnya karena pengiriman hasil kerjaan melalui aplikasi *Whatsapp* dan asset pekerjaan seperti *background music* atau *image* harus menggunakan internet.
2. Sistem verifikasi atau asistensi hasil desain yang memiliki beberapa lapisan sebelum diberikan ke klien. Hal tersebut memakan waktu yang lumayan jika setiap lapisan memberikan *feedback* yang minor maupun major. Terkadang dampak terburuknya revisian dapat menumpuk disatu hari bersamaan, sesuai waktu *feedback* diberikan.

3. Saat berada diposisi *Digital Production*, pekerjaan seperti foto produk sering *dibriefing* secara mendadak atau secara tiba-tiba pada hari tersebut sehingga tim *produksi* kadang belum menyiapkan hal-hal yang perlu dipersiapkan seperti konse dan referensi untuk hasil akhir foto yang diinginkan. Hasilnya membuang waktu banyak saat foto produk.

3.5. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berikut solusi yang dilakukan oleh penulis, saat menemukan kendala saat melakukan praktik kerja magang di TxT Creative.

1. Penulis menggunakan *hotspot tethering* untuk mendapatkan internet pengganti. Namun terkadang internet *tethering* dari *device* penulis juga tidak berjalan dengan baik sehingga terkadang dibantu oleh *tethering* oleh supervisi.
2. Penulis memaksimalkan waktu kerjanya untuk menyelesaikan setiap tugas yang diberikan dihari yang sama juga. Namun jika tidak memungkinkan, akan dikerjakan keesokan harinya. Hal tersebut bertujuan untuk menyediakan waktu kosong bagi penulis sehingga ketika revisian datang sewaktu-waktu, *load* pekerjaan tidak menumpuk.
3. Penulis bergegas untuk mencari referensi foto melalui Pinterest atau media sosial lainnya sambil membantu *Senior Digital Production* mempersiapkan kamera, properti foto serta *lighting*. Dimana ketika produk dan kamera siap, setidaknya tim produksi memiliki gambaran awal pemotretan produk.